

ABSTRAKSI

Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia. Namun, permintaan kakao dalam negeri masih tergolong rendah bila dibandingkan dengan jumlah produksi. Peningkatan dan pengembangan industri pengolahan kakao tidak terlepas dari toko-toko kue yang menggunakan produk cokelat. Salah satu faktor penentu keberhasilan dagang toko cokelat adalah dengan mengenali keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka. Oleh karena itu, analisa karakteristik produk yang diminati dan perilaku konsumen diperlukan untuk mendalami dan mempelajari pola pembelian konsumen dan kemudian merancang strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini dilakukan di salah satu toko cokelat yaitu di Dapur Cokelat cabang Kelapa Gading.

Pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, wawancara, serta observasi langsung. Sebanyak 15 orang konsumen Dapur Cokelat di wawancara beserta pihak manajemen Dapur Cokelat sendiri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor karakteristik produk yang utama bagi konsumen adalah rasa cokelat yang dominan dan tampilan yang menarik. Sementara itu, dalam melakukan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya yaitu hari raya, faktor sosial yaitu pasangan dan teman, faktor pribadi yaitu gaya hidup dan faktor psikologis yaitu motivasi. Oleh karena itu, perancangan strategi pemasaran Dapur Cokelat harus memperhatikan keempat faktor yang mempengaruhi konsumen tersebut agar tepat sasaran.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Produk Cokelat, Dapur Cokelat, Preferensi Produk

ABSTRACT

Indonesia is the third largest cacao producer. However, domestic demand on cacao remains relatively low compared to the number of production. The development of cacao industry is correlated with the growth of chocolate shops. One of the determinant factors in the success of their sales is to recognize the needs and wants of their customers. Therefore, the analysis of favorable product characteristics and consumer behavior is necessary for the understanding of the pattern of consumers purchase habit and, in the end, to design the appropriate marketing strategy. The research was done in Dapur Cokelat, a chocolate shop in Kelapa Gading.

Data was collected with literature research, interview, and observation. As many as 15 customers of Dapur Cokelat was interviewed along with the management of Dapur Cokelat. Descriptive research method was used to find facts with the right interpretation.

Research suggested that the main product characteristics which customers care the most are dominant chocolate flavor and attractive presentation. Meanwhile, in making a purchase customers are affected by cultural factor which is celebration, social factor which is spouse and friends, personal factor which is lifestyle, and psychological factor which is motivation. Therefore, the designing of Dapur Cokelat's marketing strategy should pay attention to the four factors which affected customer to be more efficient.

Key words: Consumer Behavior, Chocolate Product, Dapur Cokelat, Product Preferences